



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

"Hvis man ikke kan lide det, så må man rejse!"

En undersøgelse af lokalbefolkningers holdning til turisme i Blokhus og Hals og med perspektiver på turismens rolle for bosætning

Frandsen, Maria

Publication date:
2011

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Frandsen, M. (2011). *"Hvis man ikke kan lide det, så må man rejse!"*: En undersøgelse af lokalbefolkningers holdning til turisme i Blokhus og Hals og med perspektiver på turismens rolle for bosætning. TRU - Tourism Research Unit, Aalborg Universitet.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



**"Hvis man ikke kan lide
det, så må man rejse!"**

Maria Frandsen

STUDENTERRAPPORT 4

**Fremtidens feriehus og
feriehusområde**

ISBN: 978-87-92305-19-0

Maria Frandsen

STUDENTERRAPPORT 4

Fremtidens feriehus og feriehusområde

Aalborg Universitet

November 2011

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid

”Hvis man ikke kan lide det, så må man rejse!”

En undersøgelse af lokalbefolkningers holdning til turisme i Blokhus og Hals og med perspektiver på turismens rolle for bosætning.

I forbindelse med forskningsprojektet ”Fremtidens Feriehus og feriehusområde – brugerdreven udvikling af eksisterende feriehusområder og fremtidige ressorts” har denne delrapport til formål at belyse hvilke opfattelser af turismen og dens påvirkninger, der kommer til udtryk hos lokale stakeholdere. På baggrund af ønsket om at udvikle feriehusturismen i Nordjylland søger undersøgelsen at afdække, hvordan lokalbefolkningerne i projektets caseområder, Blokhus og Hals, oplever og håndterer turismens påvirkninger med henblik på at identificere mulige problemstillinger, der må tages højde for i feriehusprojektets samlede forslag til lokalområdernes udvikling.

Mens turismen kan være et effektivt redskab til forandring, har der i den akademiske litteratur været megen debat om turismens potentielle destruktive effekter på de lokale omgivelser. Den omfattende akademiske interesse for turismens påvirkninger på lokalsamfundene vidner om dets centrale betydning i udviklingen af turisterhvervet. I litteraturen beskrives konsekvenserne ofte på flere planer, både i forhold til de fysiske faktorer som øget trafik, trængsel, støj, bebyggelse, prisstigninger m.v. men også i forhold til dybereliggende socialpsykologiske konflikter, herunder ændringer i lokalbefolkningens livsstil, indbyrdes relationer, traditioner og samfundsmæssige organisering.

En af denne undersøgelses primære konklusioner er imidlertid, at der er i begge caseområder synes at være en overvejende positiv balance mellem turismens oplevede fordele og ulemper. En undersøgelse gennemført i perioden april-juni 2010 med i alt 19 informanter fra de to områder fordelt på lokale bosiddende og lokale erhvervsdrivende peger på, at de belastende effekter af turismen i væsentlig mindre grad end ventet opleves forstyrrende i dagligdagen. I stedet udtrykker beboerne i begge områder en grundlæggende opbakning til turisterhvervet, fordi turismens belastende effekter overvejende evalueres i lyset af de fordele turismen afstedkommer. Hvor det i sig selv ikke er overraskende, at turismens ulemper og gener evalueres i kontrast til fordelene, er det ud fra litteraturens overvejende kritiske optik bemærkelsesværdigt, at de negative konsekvenser af turismen ikke betragtes som egentlige problemer, men accepteres som almindelige følger af turismen. Det gælder bl.a. kø, trængsel samt trafik- og parkeringsproblemer, som bredt accepteres i lyset af fordele som udbuddet af indkøbsmuligheder og den tilbagelængede atmosfære, turismen bibringer. Som en af interviewpersonerne i undersøgelsen udtrykker det: ”Hvis man ikke kan lide det, så må man rejse”. Udsagnet understreger holdningen, at hvis man ikke kan indordne sig under vilkårene, så hører man ikke til. Alt i alt tyder det ikke på, at der kan

opstilles væsentlige problemstillinger, som bør adresseres af hensyn til lokalbefolkningernes tilfredshed med områderne som bosted.

Borgerne i de to caseområder synes imidlertid ikke at identificere sig med turismen i samme omfang. I Blokhus er langt størstedelen tilflyttere i den tredje alder, der kender området som tidligere turister. Som følge heraf overfører de i stor udstrækning turismekontekstens feriefrihed til deres hverdag og agerer som en del af ferielandskabet, for som en af interviewpersonerne siger: "Det er jo lidt ligesom vi er på ferie selv om vi er hjemme". For borgerne i Hals eksisterer der i højere grad en struktureret hverdag, som knyttes til lokalsamfundet, herunder især den lokale skole og sportsforening. Turismens rolle i området opfattes i højere grad perifert i forhold til byens lokale liv og rytme, og turismekonteksten smitter ikke i samme omfang af på borgernes hverdag. Denne forskel på de to områder bevirker, at tilhørsforholdet opleves forskelligt. Hvor det overvejende er stedligt rodfæstet i Hals, er det i højere grad også underlagt en følsomhed for fysiske forandringer, imens tilhørsforholdet i Blokhus søges i de sociale relationer og er mere fleksibelt i forhold til fysisk udvikling og forandringer.

I den akademiske litteratur er der imidlertid ikke mange studier, der identificerer et velfungerende forhold mellem lokale og turister. Derfor åbner undersøgelsen op for en bredere diskussion af, hvordan det tilsyneladende positive forhold til turismen kan udnyttes til at udvikle lokalsamfundene i en bredere sammenhæng ved at se nærmere på, hvordan man på destinationsniveau udnytter det at have et attraktivt produkt for turisterne som en ressource til også at skabe et attraktivt og styrket lokalmiljø for nuværende beboere såvel som potentielle tilflyttere. Særligt i lyset af det stigende politiske fokus på landets yderområder, der i kraft af større fraflytning end tilflytning betyder stagnerede og uddøende lokalsamfund, fremhæves turismen som en redning, fordi turisme skaber et økonomisk grundlag for at opretholde bl.a. detailhandel og kulturelle aktiviteter og er med til fortsat at generere beskæftigelse.

Ud fra en place branding optik ser undersøgelsen nærmere på, hvordan turismen i de to områder kan udnyttes til at stimulere lokal udvikling gennem øget bosætning. Det sker ved en analyse af, hvilke værdier der på kommunalt niveau opereres med for at appellere til potentielle tilflyttere. På baggrund heraf identificeres mulige synergieffekter på tværs af kommunikationen til turister og til eksisterende og potentielle nye bosættere.

Bosætningsindsatserne, der varetages i kommunalt regi, har imidlertid væsentligt forskellige strategiske perspektiver i Blokhus og Hals i kraft af forskellige forudsætninger og behov. I Jammerbugt Kommunes bosætningskampagne, hvor Blokhus hører under, er det strategiske fokus primært eksternt orienteret og tilsigter at kommunikere området til eksterne målgrupper, imens Aalborg Kommune, som Hals er en del af, opererer ud fra en bredere place branding tilgang, der imidlertid ikke integrerer Hals' styrker og interesser i tråd med indbyggernes egne stedopfattelser.

I Blokhus indtænkes turismen stort set ikke som en styrke for bosætning. Det anbefales, at turismen i højere grad udnyttes i bosætningskampagnen, dels som et differentieringsparameter på kommunikationssiden, men i særdeleshed også på et overordnet strategisk niveau for at arbejde med et sammenhængende udtryk på tværs af målgrupperne turister og bosættere. Mere konkret bør det tænkes ind i segmenteringen, hvor tidligere turister udgør et vigtigt segment for

bosætning. I kontrast til hverdagens trivielle rammer kan turismens oplevelsesaspekt bl.a. fremhæve områdets kvaliteter som et levende og aktivt lokalsamfund og samtidig engagere lokale erhverv. Det er blot én af en række muligheder, der er for at lave en kobling til turismen med henblik på at udnytte potentielle tilflytteres eksisterende kendskab og interesse for området til at gøre det mere attraktivt for bosætning. I lyset af kommunesammenlægningen, der har medført en årelang proces for at samle de gamle kommuner under ét, såvel som den store andel af tilflyttere i Blokhus, er det også væsentligt at arbejde for et styrket tilhørsforhold med fortsat fokus på sociale fællesskaber og netværk på tværs af kommunen. Samtidig bør der arbejdes med at skærpe en stedlig bevidsthed, idet fysiske repræsentationer for området såsom vartegn eller naturlige eller historiske kendetegn for området, kan have en funktion som fælles symbolske identitetsmarkører for både turisme og bosætning.

For Hals er den kommunale bosætningsindsats integreret i det brede Aalborg city brand, som blev lanceret før Hals blev en del af Aalborg Kommune, hvilket reelt betyder, at Hals som udgangspunkt ikke er repræsenteret og dermed heller ikke har en aktiv markedsføringsindsats på bosætningsområdet. Hals oplever imidlertid ikke samme udviklingsmæssige muligheder eller afhængighed af tilflytning, som det er tilfældet i Blokhus, idet byen ikke har kapacitet til at udvide de planmæssige rammer for øget bosætning i et omfang, der vil stå mål med de ressourcer en målrettet indsats vil kræve. Derfor er behovet for en hvervende bosætningsstrategi ikke afgørende, men hvor holdningen fra kommunal side synes at være, at der dermed ikke er behov for en strategisk indsats, så medfører det en marginalisering af det velfungerende lokalmiljø og herunder også forholdet mellem lokale og turister. En passiv indsats risikerer at kompromittere lokale interesser, hvis ikke der også fremadrettet arbejdes for at området udvikler sig i tråd med lokale ønsker.

Perspektiverne i et internt brandfokus bør derfor ikke underkendes, bl.a. fordi Hals' attraktivitet som bosætningssted er udfordret af borgernes tilhørsforhold, fordi det dels påvirker integrationen af tilflyttere, men også skaber frustration om byens rolle efter kommunalreformen. I det lys understreges turismens potentiale som en identitetsmarkør for Hals, såvel i den eksterne som i den interne kommunikation. Turismen kan være med til at opstille en klar rollefordeling i kommunen, der underbygger Hals' selvstændighed i kraft af dets attraktivitet som kommunens rekreative område. Med det udgangspunkt kan turismen potentielt blive løftestang for en positiv stedlig tilknytning.

For både Blokhus og Hals gælder det således, at der kan være et væsentligt rationale i at overveje de muligheder, der ligger i branding som et strategisk værktøj, dels i forhold til en sammenhængende ekstern markedskommunikation, men også i forhold til et internt sigte, der bidrager til et positivt lokalt tilhørsforhold, og som giver base for et godt og velfungerende sted for bosætning. Som casene viser, er der store udfordringer forbundet med en holistisk indsats på tværs af sektorer, ikke mindst i forhold til koordination. For at løfte en sådan opgave forudsætter det et bredt kommunalt initiativ og engagement, men også et varigt samarbejde med såvel borgere, foreningsliv og det private erhverv. I en teoretisk optik har specialet imidlertid demonstreret, at der synes at være et strategisk potentiale i at etablere markedsvenlige fællesnævne for bosætning og turisme, som ikke alene drager nytte af, men også opbygger et positivt lokalt tilhørsforhold.